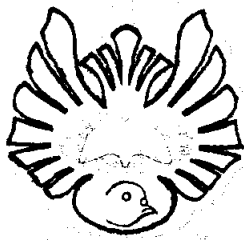


**PENGARUH KOMUNIKASI INTERNAL DENGAN
ARAH VERTIKAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN
PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA Tbk.
DIVRE V JAWA TIMUR**

TESIS

Oleh :

**CATRINE HERAWATIE
NIM : 8112404012**



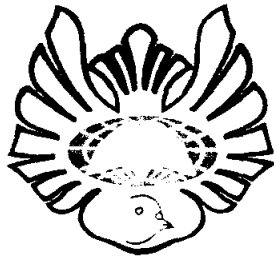
	0628 / 11
	08-08-2011
DAFTAR	
NO. DAFTAR	
NO. BUKU	
NO. KOTAK	

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SEPTEMBER 2009**

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERNAL DENGAN ARAH
VERTIKAL PADA KINERJA KARYAWAN
PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA Tbk.
DIVRE V JAWA TIMUR**

TESIS

**Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
untuk memenuhi persyaratan
Gelar Magister Manajemen**



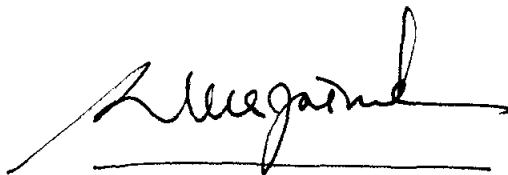
**OLEH
CATRINE HERAWATIE
8112404012**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2009**

LEMBAR PERSETUJUAN

(I)

Tesis berjudul Pengaruh Komunikasi Internal dengan Arah Vertikal pada Kinerja Karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Divre V Jawa Timur yang ditulis dan diajukan oleh Catrine Herawati dengan NPM 8112404012 telah disetujui untuk diuji.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Wuri Soedjatmiko', is written over a horizontal line.

Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko
Pembimbing Tesis

9

LEMBAR PERSETUJUAN

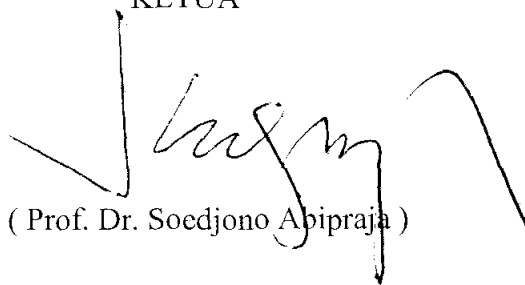
(II)

Tesis berjudul Pengaruh Komunikasi Internal dengan Arah Vertikal pada Kinerja Karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Divre V Jawa Timur yang ditulis dan diajukan oleh Catrine Herawati dengan NPM 8112404012 telah diuji dan dinilai oleh Panitia Penguji Program Magister, Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Pada tanggal 4 September 2009

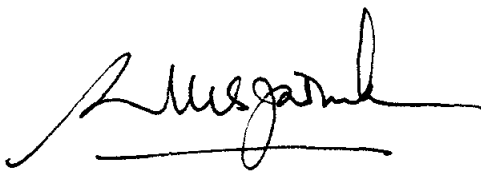
PANITIA PENGUJI

KETUA



(Prof. Dr. Soedjono Abipraja)

SEKRETARIS



(Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko)

ANGGOTA

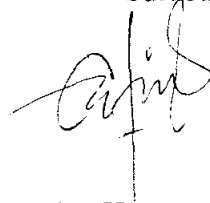


(Y. B. Budi Iswanto, Ph.D)

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis ini adalah tulisan saya sendiri, dan tidak ada gagasan atau karya ilmiah siapa pun yang saya ambil secara tidak jujur. Bahwa semua gagasan dan karya ilmiah yang saya kutip telah saya lakukan sejalan dengan etika dan kaidah penulisan ilmiah.

Surabaya,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Catrine', with a vertical line extending downwards from the end of the signature.

(Catrine Herawati 8112404012)

UCAPAN TERIMA KASIH

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menghaturkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Pembimbing tesis, Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan selalu memberi masukan-masukan membangun. Beliau yang tanpa lelah menyemangati sehingga terselesainya tesis ini menjadi hal yang nyata.
2. Rektor Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Direktur Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
4. Ketua Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Ketua Panitia Penguji yaitu Prof. Dr. Soedjono Abipraja, dan Y. B Budi Iswanto, Ph.D selaku anggota yang telah menguji dan memberikan saran untuk menyempurnakan tesis ini.
6. PT Telekomunikasi Indonesia Tbk yang telah memberikan izin magang dan observasi untuk penulis pada Divisi Regional V. Saat magang ini sangat berarti bagi penulis untuk mempelajari budaya perusahaan dan mengamati komunikasi internal yang dilakukan secara langsung. Penulis pun turut diikutsertakan secara aktif kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada divisi komunikasi, yang merupakan pengalaman kerja yang sangat menunjang proses penulisan tesis ini.

7. Keluarga dan teman dekat yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang selalu memberikan dukungan dalam doa, dorongan dan bantuan riil lain.

Semoga tesis ini dapat membawa manfaat bagi penulis dan pembaca, serta menginspirasi untuk melakukan penelitian yang jauh lebih baik lagi untuk kemajuan yang berarti.

Surabaya, 30 Agustus 2009
Penulis,

Catrine Herawati
NIM 8112404012

ABSTRACT

ABSTRACT

As social creatures, human beings need to communicate to deliver message. In an organization such as a company, effective communication is needed to gather all the members into same vision so that they can move together through the mission they have settled.

When a company grows larger and larger, it takes a good communication strategy to bind all of its members to walk in one speed and direction. The purpose of doing this research was to analyze whether effective internal communication inside a giant company like Telkom influenced their performance as shown by their sales.

This research used regression analysis to find out whether there was any significant influence from top-down and bottom-up internal communication toward sale performance. Five indicators were used to show effective communication. They were; accuracy, coherence, clarity, conciseness, and courtesy. Questionnaires of twenty five questions were distributed to respondents who were employees of Telkom Divre V – Surabaya.

The result showed that there was significant influence of the vertical internal communications and the performance. Effective communication, through media and direct communication made Telkom gather its employees to work together, had a good coordination and made a well understanding of what each people should do to give positive contribution.

Key words: vertical internal communication, sales performance

ABSTRAK

Sebagai makhluk sosial, manusia berkomunikasi untuk menyampaikan pesan. Dalam suatu organisasi seperti perusahaan, komunikasi yang efektif dibutuhkan untuk menyatukan semua anggotanya dalam suatu visi yang sama sehingga mereka bisa berjalan bersama melaksanakan misi yang telah ditetapkan.

Ketika suatu perusahaan berkembang menjadi lebih besar, suatu strategi komunikasi yang baik diperlukan untuk menyatukan semua anggota dari perusahaan tersebut agar semua dapat berjalan dalam ritme dan arah yang sama. Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk menganalisa apakah komunikasi internal yang efektif berpengaruh terhadap kinerja suatu perusahaan besar seperti Telkom yang ditunjukkan dari peningkatan penjualannya.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi untuk menganalisa apakah ada pengaruh yang signifikan dari komunikasi internal dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas yang dilakukan Telkom terhadap kinerja perusahaan ini. Terdapat lima indikator yang digunakan untuk menunjukkan keefektifan komunikasi, yaitu; keakuratan, keterpaduan, kejelasan, kepadatan isi dan keramahan. Kuesioner yang terdiri dari dua puluh lima pertanyaan dibagikan kepada responden yang adalah karyawan Telkom Divre V – Surabaya.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari komunikasi internal dengan arah vertikal terhadap kinerja. Dengan komunikasi yang efektif melalui media atau pun komunikasi secara langsung yang dilakukan Telkom telah dapat membuat semua karyawannya bekerja bersama, dalam suatu koordinasi yang baik dan membuat mereka mengerti mengenai apa yang harus dilakukan tiap karyawannya untuk memberikan kontribusi yang positif.

Key words: komunikasi internal dengan arah vertical, performa penjualan

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v - vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix - xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Perumusan Masalah Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Komunikasi.....	7
2.2 Fungsi Komunikasi.....	10
2.3 Komunikasi Organisasi.....	12
2.4 Arah Komunikasi.....	12

2.4.1 Komunikasi Internal.....	14
2.4.2 Komunikasi Eksternal.....	17
2.5 Kinerja.....	18
2.5.1 Pengaruh Komunikasi pada Kinerja.....	19
BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL.....	21
3.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	21
3.2 Hipotesis Penelitian.....	23
3.2.1 Komunikasi Internal ke Arah Bawah.....	23
3.2.2 Komunikasi Internal ke Arah Atas.....	23
BAB 4 METODE PENELITIAN.....	24
4.1 Rancangan Penelitian.....	24
4.2 Populasi, Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel.....	25
4.2.1 Populasi.....	25
4.2.2 Sampel.....	25
4.2.3 Tehnik Pengambilan Sampel.....	26
4.3 Variabel-Variabel Penelitian.....	27
4.3.1 Variabel Bebas.....	27
4.3.2 Variabel Terikat.....	27
4.4 Instrumen Penelitian.....	28
4.5 Prosedur Pengambilan dan Pengukuran Data.....	28
4.6 Prosedur Analisis Data.....	29
4.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	30
4.6.2 Uji Regresi.....	32

BAB 5 ANALISIS HASIL PENELITIAN..... 33

5.1 Data Penelitian..... 33

5.1.1 Struktur Organisasi Telkom..... 33

5.1.2 Produk Telkom..... 36

5.1.3 Budaya Korporasi..... 37

5.1.4 Data Kuesioner..... 39

5.2 Analisis Data Penelitian..... 41

5.2.1 Uji Reliabilitas..... 41

5.2.2 Uji Validitas..... 42

5.2.3 Uji Asumsi Klasik..... 43

5.2.4 Uji Regresi Linear..... 46

BAB 6 PEMBAHASAN..... 49

6.1 Gambaran Budaya Komunikasi pada Telkom..... 49

6.2 Pengaruh Komunikasi Internal Vertikal pada Kinerja Telkom..... 52

6.3 Kendala Penelitian..... 55

BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN..... 57

7.1 Simpulan..... 57

7.1.1 Komunikasi Internal Vertikal dari Bawah ke Atas..... 57

7.1.2 Komunikasi Internal Vertikal dari Atas ke Bawah..... 58

7.2 Saran..... 59

DAFTAR PUSTAKA..... 60

LAMPIRAN..... 62

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 5.1	Tabulasi Jawaban Responden.....	40
Tabel 5.2	Reliability Statistic.....	41
Tabel 5.3	Descriptive Statistic	42
Tabel 5.4	One Sample Kolmogorov Smirnov Test	43
Tabel 5.5	Correlation.....	44
Tabel 5.6	Collinearity Statistic.....	45
Tabel 5.7	Anova Tabel.....	46
Tabel 5.8	Model Summary.....	46
Tabel 5.9	Anova.....	47
Tabel 5.10	Coefficients.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
2.1	Tingkat Keberhasilan dalam Komunikasi.....	9
2.2	Empat Arah Komunikasi	13
3.1	Kerangka Konseptual Penelitian.....	22
5.1	Struktur Organisasi Divisi Regional.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian.....	62
2. Tabulasi Data Penelitian.....	68
3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
4. Uji Normalitas.....	74
5. Uji Heterokedastisitas.....	75
6. Uji Multikolinieritas.....	76
7. Uji Linieritas.....	77
8. Uji Regresi.....	82

